SONDAGE D'OPINION PUBLIQUE

RAPPORT DES DISCUSSIONS DE GROUPE

Pour: Le Service canadien des parcs, Environnement Canada

Par: Hutchinson-Reid Limited

Décembre 1987

92-01730/

TABLE DES MATIERES

RESUME A L'INTENTION DE LA DIRECTION

Introduction

Objectifs

Méthodologie

Résumé et hypothèses

RESULTATS DETAILLES

Première partie: Les parcs naturels

Classification des parcs naturels

Activités dans les parcs

Les motifs de fréquentation

Attitudes et besoins - cinq types

Suggestions en ce qui a trait aux installations, aux activités et aux services

Attitudes à l'égard des parcs naturels

Orientations pour le développement des parcs naturels

Deuxième partie: Les sites et les parcs historiques

Classification des sites historiques

Les motifs de fréquentation

Activités et attitudes

Orientations pour le développement des sites historiques

Troisième partie: Généralités

Promotion

Identité des parcs nationaux

Différences régionales

Différence de mentalité

Axes de communication

Plan de recherche quantitative

ANNEXE: Résumé des sujets discutés

RESUME A L'INTENTION DE LA DIRECTION

Introduction

Ce document est le résultat de dix discussions de groupe qui ont eu lieu dans cinq centres du pays. Il s'agit de la première étape qualitative d'une étude qui se divise en un volet qualitatif et un volet quantitatif. Le but de cette étude, réalisée par Hutchison-Reid Limited, est d'aider le Service canadien des parcs à:

1. élaborer un plan de communication pour les services des parcs;

2. déterminer des stratégies de marketing pour accroître la pénétration du produit parmi les différents segments du marché; et

3. améliorer, en général, la planification et les opérations des parcs.

Objectifs

La recherche qualitative visait à compléter la recherche quantitative en étudiant des sujets qui sont difficiles à traiter au moyen d'un simple questionnaire formel. Cette recherche devait aussi servir à préparer la recherche quantitative en assurant que tous les sujets pertinents étaient traités sous les angles suivants:

Le produit - les produits offerts par les parcs et les produits offerts par la concurrence.

Les motivations - les avantages, les installations et les facteurs négatifs.

Les types de clientèles - les aspects pertinents du point de vue des modes de vie, de la démographie et de la psychologie.

La recherche quantitative devait aussi nous aider à définir la terminologie nécessaire pour préciser davantage l'étude quantitative.

Méthodologie

Hutchison-Reid a tenu deux discussions de groupe dans chacune des grandes villes suivantes: Vancouver, Saskatoon, Toronto, Montréal et Halifax.

Dans chaque ville, une discussion de groupe portait sur les sites historiques tandis que l'autre portaient sur les parcs naturels. Chaque groupe comptait de dix à douze personnes réparties en trois catégories. La première catégorie était composée de personnes fréquentant régulièrement ce type de parcs tandis que les personnes de la deuxième catégorie les fréquentaient à l'occasion. Les personnes formant la dernière catégorie n'avaient pas fréquenté de parcs ou de sites au cours des douze mois précédents.

Chaque catégorie était composée de personnes d'âge et de sexe différents. Au début, la discussion était libre et le rôle de l'animateur se bornait à inciter les participants à parler de leur propre expérience plutôt que de se perdre dans des concepts abstraits. Cette technique visait à susciter une discussion franche et animée entre les participants. Dans les faits, toutefois, les personnes qui ne fréquentent pas les parcs participèrent beaucoup moins à la

discussion étant donné qu'elles avaient peu à dire, sauf pourquoi elles ne fréquentent pas les parcs.

On trouvera, en annexe à ce rapport, un résumé des points qui ont été abordés. Les principaux sujets de discussion furent les suivants:

La classification des parcs et des sites

Les activités

Les motifs de fréquentation

Les besoins

Les suggestions en ce qui a trait aux installations

Les attitudes à l'égard du réseau des parcs

Les média et les clientèles-cibles

Vers la fin de la discussion, l'animateur proposait les sujets qui n'avaient pas été encore abordés et, afin d'établir une corrélation entre les deux types de parcs, il demandait aussi aux participants des deux groupes leurs impressions sur l'autre type de parcs. Ces discussions de groupe ont eu lieu au cours des deux premières semaines du mois de décembre 1987.

RESUME ET HYPOTHESES

Mise en garde au sujet des discussions de groupe

Les résultats des discussions ne sont que de simples hypothèses. Nous ne pouvons certifier l'exactitude de nos conclusions étant donné le petit nombre de personnes formant les groupes, l'absence d'uniformité du questionnaire, la participation plus ou moins importante de chaque membre des groupes et la tendance de certains participants à influencer l'opinion des autres pendant la discussion. Ce rapport n'est que le résultat du premier volet d'une recherche à deux volets. Les conclusions seront vérifiées et quantifiées dans le deuxième volet.

Soutien fondamental

En général, l'attitude des gens à l'égard des parcs est très favorable. Même ceux qui ne les fréquentent pas sont d'accord pour que leurs impôts servent à conserver ce qu'ils considèrent comme une partie intégrante du patrimoine canadien. Même si nous avons constaté qu'un certain nombre de personnes fréquentent les deux types de parcs, nous croyons, à ce stade de notre recherche, que les parcs naturels et les parcs historiques attirent des

clientèles différentes aux motivations particulières. En conséquence, les deux types de parcs ne présentent pas les mêmes possibilites de développement. En général, les participants ont souligné l'importance d'un aménagement minimal des parcs naturels tandis que leurs propos laissaient clairement entendre que les sites historiques devraient être plus intéressants. Les conclusions détaillées qui sont exposées dans ce document traitent les deux marchés de manière nettement distincte.

Classification des parcs naturels

Les premières constatations de cette recherche nous incitent à penser que le public classe les parcs naturels comme suit:

Les territoires sauvages sont éloignés de la civilisation, peu aménagés, offrent des installations limitées et sont surtout fréquentés par de jeunes adultes.

Les terrains de camping sont plus accessibles dans les parcs provinciaux; ils offrent des emplacements de camping et de caravaning et sont typiquement associés aux familles avec des enfants.

Les zones de conservation et les parcs locaux sont surtout destinés à des randonnées quotidiennes en famille.

Banff n'est pas perçu comme un parc mais plutôt comme un endroit de villégiature convenant à des séjours plus longs.

L'étude quantitative permettra de déterminer l'importance relative des clientèles associées à chacune de ces catégories.

Les amants de la nature souhaitent un aménagement minimal qui ne contrarie pas leur besoin d'espaces vierges.

Au sein des groupes de discussion, les personnes qui fréquentent le plus régulièrement les parcs sont celles qui étaient les moins disposées à sacrifier leur confort. La distance est aussi pour eux un facteur dissuasif. A leurs yeux, le parc idéal est celui qui offre des emplacements pour tentes et caravanes, de préférence isolés les uns des autres et où s'exerce une surveillance suffisante pour assurer leur protection.

Les utilisateurs occasionnels veulent un endroit où ils peuvent jouïr d'un confort raisonnable. Même eux reconnaissent que la présence d'installations importantes ou d'établissements de villégiature peut nuire aux avantages offerts par des parcs nationaux.

Le fait de ne pas avoir de voiture ou d'être seul constitue, pour certains

un empêchement à visiter les parcs tandis que d'autres ne sont tout simplement pas intéressés par les parcs naturels.

Les participants s'accordent tous à reconnaître que l'aménagement des parcs doit se faire de manière à offrir différentes installations en autant que cela n'altère pas leur aspect naturel. Ce qui veut dire que le parc doit offrir des installations bien intégrées et "rustiques" et des activités tranquilles telles des randonnées pédestres ou à bicyclette tout en assurant la conservation des nombreuses zones "sauvages".

Sites historiques

Les gens croient qu'il existe deux types principaux de sites historiques: les sites dans les parcs où il y a animation et dont la visite peut durer toute une journée et; les petits musées et les maisons qui sont visités rapidement en cours de route.

Les discussions de groupe indiquent que les principales raisons qui motivent la visite des sites historiques est l'éducation des enfants et le désir de se replonger dans le passé.

L'exigence principale des visiteurs est que l'histoire doit être présentée de manière vivante. Le site idéal est vraisemblablement celui qui recrée le passé, particulièrment si cela peut se faire sans recours à des artifices et même en faisant appel à la participation active des visiteurs à la vie quotidienne d'autrefois.

Il est de plus en plus manifeste que le public considère les sites statiques comme moins importants étant donné qu'on les visite beaucoup plus rapidement, en route vers d'autres destinations. Toutefois, la plupart jugent qu'il est

essentiel d'assurer la conservation de ces monuments mais certains sont réticents à l'idée de payer un droit d'entrée pour des visites très brèves.

Publicité

Les membres des groupes de discussion connaissaient peu les sites historiques et les parcs naturels. Cela tend à prouver la nécessité de signaler et de rappeler l'existence de ces endroits. Leur attitude à l'égard de la publicité est très positive tant parce qu'ils admettent ignorer l'existence de nombreux parcs qu'en raison de leur sentiment généralement positif à l'égard du réseau national des parcs.

Hypothèses

Les hypothèses fondées sur les résultats de la recherche qualitative ne constituent que des orientations préliminaires devant être vérifiées par la recherche quantitative.

Notre principale hypothèse est qu'il existe une demande importante pour les deux types de produits offerts par le Service canadien des parcs. Cette hypothèse, qui devra être vérifiée par la recherche quantitative, implique un développement accru des parcs naturels et la conservation des territoires sauvages existants. En ce qui concerne les sites historiques, nos constatations préliminaires tendent à démontrer la nécessité d'aménager les sites historiques importants pour les rendre plus intéressants et afin de susciter davantage la participation du visiteur. On devrait envisager la possibilité d'accroître la publicité afin de mieux faire connaître chaque parc et de faire renaître le goût de la nature chez tous les Canadiens.

RESULTAT DETAILLES

Première partie: Les parcs naturels

CLASSIFICATION DES PARCS NATURELS

Ces résultats ne constituent que des conclusions préliminaires fondées sur la recherche qualitative. Ils devront être confirmés par le deuxième volet, soit la recherche quantitative.

Les membres des groupes de discussion croient qu'il existe plusieurs types principaux de parcs. Ils classent les parcs selon le type d'activités et d'installations qu'ils offrent et en fonction de la distance qui les séparent des grands centres urbains.

a) Les territoires sauvages sont perçus comme les zones naturelles les moins touchées par la civilisation. Dotés seulement d'installations sommaires, les parcs de ce type offrent les plus grandes possibilités de solitude ou "de s'éloigner vraiment de tout". On les imagine très loin des centres urbains et, par conséquent, difficiles d'accès. Les emplacements de camping à l'intérieur de ces parcs sont très espacés les uns des autres. Certains secteurs ne sont accessibles que par canot ou par randonnée pédestre. Le séjour peut varier d'un jour ou deux à une semaine et même plus.

Parmi les membres des groupes de discussion, ce genre de parcs attirent plutôt une minorité de jeunes adultes sans enfant qui sont de vrais amants de la nature. La plupart des participants jugeaient ce type d'activité beaucoup trop exigeante et éreintante.

b) Les terrains de camping sont typiquement associés, dans l'esprit des participants, à des parcs provinciaux et ils conviennent mieux aux familles

ayant de jeunes enfants. Les gens font une distinction entre les différents types de terrains de camping qui vont des terrains densément peuplés et bruyants à ceux plus espacés offrant une certaine intimité. Les aménagements peuvent varier des simples abris très sommaires à des douches et des prises de raccordement électrique. Les utilisateurs des parcs apprécient la surveillance exercée en ces lieux, tant pour assurer leur sécurité que pour contrôler le bruit, en autant qu'elle se fasse discrètement. Ils font aussi remarquer que des adolescents se rassemblent souvent pour la fin de semaine dans les parcs et qu'ils veulent être éloignés des endroits où campent les familles.

Les terrains de camping sont utilisés pour de courts séjours - une fin de semaine, ou pour passer la nuit pendant une visite à des parents ou des amis, ou encore, comme étape au cours d'un voyage d'agrément. Les parcs les plus appréciés sont ceux qui offrent des secteurs "sauvages" qui permettent de s'éloigner des emplacements de camping pendant la journée.

c) Zones de conservation et parcs locaux. Selon les participants, ce qui caractérise ces parcs, c'est le fait qu'ils sont situés à proximité des centres urbains et qu'ils sont très appréciés pour les excursions quotidiennes ou les pique-niques en famille. On ne sait pas toujours s'ils sont de propriété publique ou privée.

d) Les parcs urbains sont ceux qui viennent d'abord à l'esprit des gens lorsqu'on ne précise pas de quel type de parc il est question. Ces parcs attirent ceux qui n'aiment pas se déplacer à l'extérieur des villes pour visiter les parcs naturels.

e) Banff n'est pas un parc. Dans l'esprit des participants. Banff, avec sa ville et ses hôtels, est beaucoup plus un endroit de villégiature qu'un parc national. On l'associe plutôt à des forfaits de fin de semaine ou à des séjours de repos qu'à des randonnées pédestres et au camping.

ACTIVITES DANS LES PARCS

Les participants des groupes de discussion qui fréquentent les parcs ont déclaré que leur activité principale lorsqu'ils visitaient des parcs naturels consistait à profiter simplement de la nature et du grand air. Les activités les plus répandues sont la marche et les randonnées pédestres et nombreux sont ceux qui apprécient les programmes d'interprétation ou les visites guidées avec un naturaliste du parc. Les gens veulent aussi voir la vie sauvage comme par exemple, observer les oiseaux et la flore, voir des castors et des orignaux, observer les pistes et les empreintes. Ils aiment la proximité de l'eau et les activités nautiques tels le canotage, les promenades en barque, la pêche et la baignade. Les enfants aiment particulièrment la plage et le bord de l'eau.

La plupart des participants étaient d'avis que des sports organisés comme le golf sont des activités trop citadines pour les parcs. Les femmes et la plupart des hommes étaient contre l'idée de la chasse dans les parcs.

Pour certains, les parcs permettent de s'adonner à des passe-temps particuliers tels la photographie, le naturalisme, l'histoire et les légendes amérindiennes (particulièrement dans les régions côtières du Pacifique et de l'Atlantique) et l'observation astronomique.

Le ski de fond est sans doute l'une des activités hivernales les plus populaires mais les gens s'y adonnent partout à l'extérieur des villes et non spécifiquement dans les parcs. Les skieurs alpins fréquentent les pentes équipées de remonte-pentes et non les parcs.

LES MOTIFS DE FREQUENTATION

Lorsqu'on demande aux gens ce qui les attire dans les parcs naturels, ils sont portés à parler des merveilleux paysages, de la nature, de l'isolement et de la solitude:

"Les paysages, les arbres magnifiques, la nature vierge"

"Un endroit vierge animé d'une vie sauvage"

"La beauté et la pureté d'une nature qui n'a pas été violée par l'homme."

"Quelque chose de particulier qui m'impressionne, la topographie, par exemple, "Les pots de fleurs" à Moncton."

"La nature, la sérénité, la solitude, les grands espaces inhabités."

"Un sentiment de satisfaction intérieure."

"Le simple fait d'être là me rend heureux"

"Il est important de retrouver un peu de solitude lorsqu'on habite en ville."

"La joie d'être seul."

"La détente, loin de la ville."

"L'évasion totale de la ville."

"Etre loin de la foule"

"Le grand air"

Les particpants veulent se détendre dans les parcs. Ils ne veulent pas qu'on leur impose un programme d'activités. Les parents de jeunes enfants veulent se retrouver ensemble, en famille, à un endroit où les enfants peuvent se baigner, jouer sur la grève, etc.

ATTITUDES ET BESOINS - CINQ TYPES

Les participants des groupes de discussion peuvent être répartis en plusieurs catégories selon leur utilisation des parcs naturels, leurs attitudes et leurs besoins. (Ces catégories constituent, pour l'instant, une simple hyopthèse. La composition et l'importance numérique de chacune d'elles par rapport à l'ensemble de la population canadienne seront confirmées par la recherche quantitative subséquente.)

(a) Les amants de la nature

Il existe une petite proportion de gens avides de nature sauvage qui pratiquent un type de camping plus rustique et de plus longue durée dans des endroits plus isolés. Ces gens se satisfont d'un simple emplacement de camping. Ils recherchent un contact étroit avec la nature et ils détestent la réglementation abusive, la surveillance étroite et les emplacements de camping trop près les uns des autres. Ce sont, généralement, de jeunes adultes sans enfants. Ils acceptent le fait que:

"Pour vraiment s'isoler, on doit faire un effort spécial. Mais une fois rendu, on réalise que ça en valait la peine."

"Quand on peut se rendre à son emplacement de camping dans son automobile, il y a de bonnes chances pour que les autres le puissent aussi. Quand on veut vraiment la paix et la tranquillité, il faut aller plus loin et à pied.

"Vivre dans la nature, ça veut dire marcher et porter son barda."

"....Pagayer jusqu'à ne plus voir personne."

(b) La majorité des utilisateurs des parcs

Les gens de cette catégorie vont dans des parcs plus accessibles pour des séjours plus courts, de deux à quatre jours en règle générale, et ils ne veulent pas que leur séjour soit éreintant ou trop inconfortable - ce qui veut dire, pas de portage ni de longue randonnée pédestre. Certains préfèrent dormir dans une caravane ou une tente-roulotte plutôt qu'à même le sol, sous la tente. Il existe un certain sentiment à l'effet que les tentes et les caravanes ne vont pas ensemble. En Saskatchewan, les campeurs sous la tente se plaignent du fait que les emplacements de camping des parcs sont aménagés beaucoup plus en fonction des caravanes que des tentes et que le gravier est très inconfortable pour qui dort à même le sol.

Ils nous ont aussi fait part des principales raisons qui les empêchaient de fréquenter plus assidument les parcs naturels: une certaine absence de confort et de commodités, en l'occurence, l'absence de douches, d'endroit où manger et de lits confortables. Toutefois, la plupart détestent les endroits surpeuplés et les emplacements trop rapprochés. Ainsi, tout en souhaitant de meilleures commodités, ils désirent vivre néanmoins l'expérience du contact avec la nature:

"C'est agréable d'avoir des commodités mais c'est aussi agréable d'être à l'écart des autres".

La distance est un autre facteur dissuasif. La plupart des gens ont l'impression que les parcs , et particulièrement les parcs nationaux, sont loins et que la distance à parcourir pour s'y rendre est trop grande, particulièrement lorsqu'on voyage avec des enfants. C'est le cas en particulier des gens des Maritimes qui n'aiment pas se déplacer - ils ont l'habitude d'avoir tout à portée de la main. La circulation dense de la fin de semaine pose aussi des problèmes.

Certains parents veulent que des choses soient prévues pour occuper les enfants tel un terrain de jeu ou, peut-être, quelque chose d'encore plus élaboré en périphérie du parc. La présence d'enfants suppose généralement le besoin d'installations plus élaborées plus près de la ville.

(c) Les utilisateurs occasionnels

Les gens de cette catégorie aiment la nature mais, pour diverses raisons, il en profitent rarement ou brièvement.

Une des raisons les plus fréquemment invoquées est que les gens vieillissent et que leurs intérêts et leurs habitudes changent:

"La génération du baby boom veillit - Les parcs doivent offrir plus de confort et être plus accessibles."

"En veillissant, j'en suis venu à vouloir des vacances plus sophistiquées"

"Je n'ai pas le temps - J'ai beaucoup de responsabilités et il m'est difficile de m'éloigner pendant deux jours."

"Le camping, ce n'est plus de mon âge"

"J'ai fait beaucoup de camping quand j'étais jeune mais je suis maintenant trop vieux pour ça."

Le camping est souvent associé à des familles ayant de jeunes enfants. Nombreux sont ceux qui se souviennent d'avoir campé avec leurs parents, d'avoir "fui" le camping en famille pendant l'adolescence et, plus tard, d'avoir recommencé à camper avec leurs propres enfants. Plusieurs personnes d'âge moyen ont déclaré:

"Nous avions l'habitude d'aller camper avec nos enfants. Mais, ils sont rendus à un âge où ils ne veulent plus aller en voyage avec leurs parents et ils sont trop jeunes pour que nous les laissions seuls très longtemps. Ainsi, nous ne faisons plus désormais de longs voyages."

Certains ne sont tout simplement pas attirés par le camping...

"Les bibittes et la saleté..."

... mais apprécient néanmoins de courtes visites dans les parcs:

"J'aime une nuit à l'hôtel et un dîner à la lueur des chandelles."

"J'aime faire un promenade dans un parc et ... un peu de magasinage."

"Je veux avoir le choix de plusieurs choses à faire."

"... une bonne bouffe."

(d) Utilisateurs potentiels

Les gens de cette catégorie invoquent bon nombre de raisons les empêchant de profiter des parcs même s'ils affirment qu'ils aimeraient le faire.

De nombreuses femmes, tant jeunes qu'âgées, ne veulent pas s'y rendre seules et ont de la difficulté à trouver quelqu'un pour les y accompagner. Elles se disent intéressées à se joindre à un groupe organisé si le parc offre des chalets ou des abris. Le fait que certaines personnes n'aient pas d'automobile rend les déplacements problématiques.

On a invoqué souvent l'absence d'information sur les parcs:

"Je ne sais pas ce que le parc peut m'offrir et j'ignore pourquoi je voudrais y aller."

"Je ne sais à quoi m'attendre, si c'est vraiment rustique."

Certains affirmèrent qu'ils aimeraient visiter un parc mais, en raison de leur inexpérience, ils craignent pour leur sécurité:

"J'aurais besoin que quelqu'un me dise quoi faire et quand le faire."

"Cela me demanderait trop d'efforts."

"Je n'y suis jamais allé; j'ai un peu peur."

"La nature sauvage est belle mais elle est aussi dangereuse. J'aimerais savoir à quoi je dois m'attendre."

"J'ai peur des ours et des chats sauvages."

(e) <u>Les personnes qui ne sont pas intéressées</u>

Bon nombre de personnes ne sont tout simplement pas intéressées par les parcs naturels.

Certains sont des "amants de la ville" et préfèrent la vie urbaine. Les "bibittes" sont un aspect qui les rebutent particulièrement. Un cas extrême est celui d'une jeune mère qui n'est pas sortie d'Halifax depuis sept ans. Une des explications suggérée est que cette

génération est "une génération plus urbanisée". Les gens de cette catégorie fréquentent plutôt les parcs urbains.

D'autres préfèrent les vacances en Europe, dans les Antilles ou dans le Sud des Etats-Unis. Les endroits de villégiature dans le sud en attirent un bon nombre parce qu'ils sont certains d'y trouver soleil et chaleur. Le coût élevé des voyages au Canada est aussi invoqué. Mais, d'un autre côté:

> "Les gens sont attirés par les petites pensions en Europe alors qu'il en existe ici aussi."

Toutefois, la plupart des participants n'associent pas les pensions à bas prix à des vacances au Canada. Une autre raison qui fait que l'on ne visite pas les parcs est que bien des Canadiens ont un chalet à la campagne où ils passent leurs vancances.

SUGGESTIONS EN CE QUI A TRAIT AUX INSTALLATIONS, AUX ACTIVITES ET AUX SERVICES

Tous s'accordent à reconnaître que "les goûts diffèrent autant que les personnes" et que les parcs naturels devraient "répondre aux goûts de chacun".

"Avoir le choix: la nature sauvage et des services essentiels comme des douches, l'eau courante et l'électricité."

"Les parcs devraient offrir tous les genres d'aménagements - la nature sauvage et des emplacements de camping et surtout plus de confort - des installations de base comme des foyers et des toilettes."

"Comme le parc Keji en Nouvelle-Ecosse - c'est la nature sauvage mais le parc offre des services".

"Un endroit isolé où monter sa tente."

En réponse au désir général d'un plus grand confort et de meilleures installations, un certain nombre de suggestions ont été faites en ce qui a trait aux services d'hébergement et de restauration:

"Des chalets ou des abris rustiques - Pas le grand luxe mais quelque chose d'abordable."

"Une auberge rustique avec des emplacements de camping éloignés"

"Un hôtel à proximité pour des excursions quotidiennes."

"Un restaurant rustique."

On a toutefois insisté pour que ces aménagements ne soient pas trop envahissants car la présence d'un gros hôtel commercial pourrait avoir, comme conséquence, d'empêcher les gens de profiter pleinement de la nature:

"Pas un hôtel de dix étages."

"Il ne faut pas que ça devienne une vraie banlieue."

"Pas de McDonald."

"Pas de kiosques vendant des frites et de la bière."

"Pas de magasins ou de supermarché."

On semble désirer une combinaison ou un équilibre subtil de divers éléments. L'aménagement de Long Beach sur l'île de Vancouver a suscité la désapprobation de nombreuses personnes de Vancouver et même d'ailleurs:

"L'équilibre est important. Si on pave les chemins d'un parc naturel, plus de gens y viendront et bientôt, le parc perdra son âme."

On demande que les zones de camping soient plus étendues pour permettre une plus grande dispersion des emplacements de camping. Les discussions sur le camping ont révélé que la plupart des gens apprécient la surveillance dans les

parcs et qu'elle constitue un avantage par rapport aux terrains de camping privés. Les gens veulent un gardien pour contrôler le bruit et les fêtes et pour assurer la sécurité des campeurs contre les ours; mais il semble y avoir un concensus général à l'effet que la surveillance et les règlements ne doivent pas être sévères au point d'interdire à quiconque le "plaisir d'un feu de camp". La propreté des zones naturelles est importante: on n'aime pas y voir traîner les déchets de tout un chacun.

Parmi les autres aménagements et services qui ont été suggérés, mentionnons:

Des promenades à cheval

Des pistes cyclables

Un plus grand nombre de promenades et de sentiers d'interprétation.

La présence d'un naturaliste connaissant très bien son sujet.

Des terrains de jeu pour les enfants.

On aimerait aussi des activités favorisant le rapprochement entre les visiteurs:

"Des chants autour d'un feu de camp."

"Des activités qui suscitent un esprit comunautaire."

"Des occasions de connaître ses voisins."

L'idée d'organiser des visites en autobus dans les parcs naturels ne suscite pas beaucoup d'enthousiasme:

"C'est bon pour les vieilles dames dans le cadre d'une excursion quotidienne (c'est-à-dire. "très peu pour moi").

"Une excursion en autobus de trois heures, c'est trop long pour les enfants."

"Je ne voudrais pas me voir coincé dans un parc sans possibilité d'en sortir; sans mon propre moyen de transport."

Les gens semblaient intéressés à l'idée d'un séjour à forfait à un tarif abordable. On a discuté de plusieurs formules. L'une d'entre elles était celle d'un voyage de groupe à forfait par autobus offrant le coucher sous la tente et les repas. En Europe, ce type de forfait est très abordable et on pense qu'on devrait offrir la même chose au Canada.

Une autre idée suggérée a été celle d'un séjour à forfait dans un endroit de villégiature comme Banff, pendant une fin de semaine ou plusieurs jours. Le groupe de discussion de Toronto a suggéré cette formule pour la péninsule de Bruce. Certaines personnes se sont dites intéressées par l'idée d'un forfait abordable pour un séjour dans des chalets ou des abris rustiques à cet endroit. Ils aimeraient y trouver:

"Un endroit agréable et propre pour se baigner."

"la possibilité de camper pour ceux qui le veulent."

"des activités de canotage, des promenades dans la nature et des sentiers d'interprétation."

Toutefois, les quatre heures de route pour s'y rendre constituent, aux yeux de certains, un facteur dissuasif.

ATTITUDES A L'EGARD DES PARCS NATURELS

Dans toutes les villes, les gens affirment qu'il est indispensable de protéger l'environnnement, la vie sauvage et les zones naturelles. Les gens nous ont demandé si le but de cette étude était de justifier le réseau des parcs car:

"Vous n'avez pas à justifier l'existence des parcs - nous savons tous que nous en avons besoin."

"Il faut qu'on préserve un plus grand nombre d'endroits naturels."

"On doit protéger la vie sauvage."

"Je crois en ce que dit David Suzuki ... et les articles qui nous montrent que le peu de nature vierge qui est protégée est néanmoins menacée."

"Je suis révolté par les activités forestières et minières dans les parcs provinciaux."

Même ceux qui ne fréquentent pas les parcs défendaient leur existence:

"Pour une fois que mes impôts servent à quelque chose de bien!"

"J'aime l'idée de la nature sauvage, de la solitude ... si nos forêts ne sont pas protégées, les compagnies forestières les raseront."

Les gens sont sensibilisés aux problèmes environnementaux comme les pluies acides et les autres formes de pollution. Un proprietaire de chalet s'est dit "préoccupé par le sort du lac Simcoe."

Ces sentiments étaient partagés par les participants des cinq villes mais ceux de Vancouver semblaient plus sensibilisés aux questions environnementales et à la protection de l'environnement.

On pense que plusieurs régions ne devraient pas être développées mais tout simplement préservées telles quelles pour les générations futures. La conservation de l'île South Moresby constitue un exemple de ce qui doit être fait aux yeux de bien des gens de Vancouver et même d'ailleurs:

"Il suffit qu'elle soit là (Moresby)."

"Il ne faut pas y toucher."

"Un parc national qui est en quelque sorte un sanctuaire... dont l'accès est limité."

"Pas seulement pour nous, mais aussi pour les générations futures."

"Sans les parcs, tout le territoire pourrait devenir éventuellement une propriété privée."

Les gens sont très fiers de la nature canadienne et des parcs naturels:

"C'est une partie de l'image du Canada - la fierté nationale."

"C'est un aspect positif du Canada."

"Les touristes sont attirés par notre nature vierge."

"Les Européens sont impressionnés par nos forêts vierges gigantesques qui, contrairement à la Forêt Noire, n'ont pas été coupées deux ou trois fois."

On cite souvent l'exemple des parcs américains pour indiquer ce qu'on ne veut pas ici:

"Les parcs américains sont des attrape-nigauds tandis que les parcs canadiens sont propres et sécuritaires."

"Les Etats-Unis souffrent d'un mercantilisme chronique - tout est prétexte à commerce."

"Lorsque je pense aux Etats-Unis, je pense à des grandes villes."

"Leurs parcs sont sur-utilisés."

Un citadin a résumé l'importance des parcs en ces mots:

"Les parcs permettent aux gens qui vivent dans un environnement urbain de goûter ce qu'est la nature et d'apprendre ce qu'était le monde il y a des

millénaires. Mais lorsque les parcs sont surexploités, tout le merveilleux disparaît."

Les parcs nationaux par rapport aux parcs provinciaux

On n'a pas établi de distinction très nette entre les parcs nationaux et les parcs provinciaux. Certains pensaient que les parcs provinciaux sont plus près des villes et plus adaptés au camping en famille tandis que les parcs nationaux sont plus éloignés et plus dédiés à la conservation de la nature.

En général, les parcs gouvernementaux sont plus appréciés que les parcs privés car on juge qu'ils sont mieux entretenus et qu'ils offrent des emplacements de camping plus intimes et plus dispersés. Certaines personnes considèrent que la surveillance qui s'exerce dans les parcs gouvernementaux, en autant qu'elle ne soit pas trop contraignante, constitue un avantage car elle permet de contrôler le bruit et d'assurer la sécurité des usagers.

ORIENTATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DES PARCS NATURELS

Les suggestions émanant des discussions de groupe, qui devront être confirmées par l'étape subséquente, indiquent qu'il y a une forte demande latente pour des parcs naturels aménagés de manière à faciliter le séjour des usagers sans toutefois altérer leur vocation première qui est de conserver la nature.

Deuxième partie: Les sites et les parcs historiques

CLASSIFICATION DES SITES HISTORIQUES

Les participants groupent les sites historiques selon les catégories suivantes:

a) Les sites animés. Les sites dynamiques et animés par un personnel compétent suscitent particulièrement l'intérêt des gens qui veulent y amener leurs enfants ou des parents et amis de passage. Dans l'esprit des gens, ces parcs sont généralement assez vastes et offrent des espaces de verdure où il est possible de pique-niquer. Règle générale, les gens planifient leur visite dans ces parcs et y consacrent une bonne partie de la journée. On établit une distinction entre les sites plutôt "reconstitués" tels le Black Creek Pioneer Village et les sites plus authentiques tels le parc historique national de la Forteresse-de-Louisbourg ou le Village acadien en Nouvelle-Ecosse.

b) Les sites statiques. Les sites de ce type assurent simplement la protection et la conservation des structures historiques existantes. Même si ces sites n'offrent pas une animation par des figurants en costumes d'époque, ils sont néanmoins appréciés par les gens qui aiment "fureter tranquillement ... sans être accompagné d'un guide." On cite en exemple le parc historique national de Grand-Pré.

c) Les petits musées, les maisons et les églises sont habituellement situés le long du trajet et on s'y arrête en cours de route. On y consacre parfois à peine une demi-heure et ces sites suscitent peu l'intérêt des enfants.

d) Les canaux historiques sont aussi visités en cours de route et on utilise les espaces verts qui les entourent pour pique-niquer.

LES MOTIFS DE FREQUENTATION

L'éducation des enfants semble être le principal motif qui justifie la visite d'un lieu historique. Certains enfants sont naturellement attirés par ces endroits et ce sont eux qui demandent à les visiter:

"Les enfants aiment visiter les sites historiques."

"Les sites historiques intéressent les enfants."

"Les enfants aiment sortir de l'école, peu importe la raison. Mais certains enfants sont réellement intéressés.

"C'est une bonne chose que d'enseigner l'histoire aux enfants."

Mais les adultes reconnaissent qu'ils sont eux aussi intéressés par les sites historiques et ils les visitent pour des raisons qui leur sont propres et qui tiennent essentiellement à la nostalgie et au désir d'être transportés dans le temps:

"L'histoire."

"Les racines... la culture... l'identité."

"La nostalgie... le désir de voir comment la vie était à cette époque."

"J'aime vraiment savoir comment les gens vivaient, qu'est-ce qu'ils faisaient, comment ils s'habillaient, qu'est-ce qu'ils mangeaient et quel était leur travail."

"Remonter dans le temps."

"Visualiser et imaginer ce que la vie d'alors était."

"On apprend toujours des choses qu'on ne connaissait pas."

"Je suis fasciné par les défis et les difficultés auxquels nos ancêtres ont dû faire face."

"Tout ce qui a trait à la vie des pionniers tels les outils, les harnais des chevaux, les ustensiles de cuisine. Mes parents étaient des pionniers de l'Ontario. Je les ai vu utiliser ces objets. Mon oncle se servait d'un joug pour les boeufs."

L'histoire récente suscite un intérêt plus personnel chez les gens d'âge moyen ou les personnes âgées. Ils se remémorent des détails de leur jeunesse et ils apprécient ce sentiment de nostalgie. Les jeunes adultes et les enfants, semble-t-il, aiment aussi être "plongés" dans une autre époque.

ACTIVITES ET ATTITUDES

Les circonstances des visites

Pour les participants des groupes de discussion, les visites aux sites historiques s'incrivent dans les activités de vacances ou pendant un voyage dans une autre région. Les gens ne se déplacent pas spécialement pour visiter un site, sauf pour y amener des invités.

"On visite les sites historiques lorsqu'on reçoit des visiteurs où lorsqu'on va chez des amis ou des parents."

"Quand on reçoit des visiteurs, on les amène à des endroits particulièrment intéressants, excitants ou éducatifs mais rarement dans un parc naturel."

"Je les visite en cours de route. Il faut être un véritable mordu de l'histoire pour faire un voyage spécial."

"Je les visite comme ils se présentent en cours de route: je vois un écriteau et je m'arrête."

On prend pour acquis les sites qui sont situés à proximité du domicile. On les visite rarement plus d'une fois (si on les visite), sauf si les expositions changent.

"Je n'y ferais qu'une seule visite. Je n'y retournerais pas."

"Une seule visite suffit; y retourner est ennuyant."

"On ne pense pas à visiter les sites qui se trouvent près de chez soi."

Les souvenirs d'enfance.

Certains sont peu attirés par les sites historiques parce qu'ils se rappellent s'y être ennuyés lorsqu'ils étaient enfants:

"Ma femme conserve de mauvais souvenirs de ce genre de visites lorsqu'elle était enfant."

"Le goût de l'histoire devrait être encouragé à l'école... Nous devons être mieux renseignés sur notre histoire locale."

"... mais c'est ennuyant à l'école parce qu'on est toujours en groupe."

"J'ai visité des sites historiques parce que mes parents m'y amenaient. Je trouvais cela ennuyant. On peut juste regarder. On ne peut toucher à rien ni parler au monde. C'est bien plus intéressant au Centre des sciences de l'Ontario où on peut toucher aux choses. C'est plus agréable de participer que d'être un simple spectateur."

Certains déclarèrent y amener leurs enfants même si eux-mêmes s'y ennuient.

Bon nombre développent un intérêt en dépit de premières expériences qui ont été négatives:

"J'y vais pour les enfants mais ça m'ennuie. C'est trop tranquille, on a l'impression d'être tout seul."

"A l'école je trouvais cela... J'ai mis un moment à me rendre compte que c'était intéressant."

En dépit de ces quelques commentaires négatifs, il semble que dans bien des cas, les premières visites ont laissé une impression positive et durable qui s'est maintenue jusqu'à l'âge adulte. Plusieurs nous ont fait part de leur première expérience et ont affirmé que leurs enfants se souviennent et parlent de visites faites aux lieux historiques.

Types de sites et d'installations

Même si l'intérêt des gens était surtout axé sur les sites animés et si une bonne partie de la discussion a porté sur ce genre de sites, certaines personnes ont dit avoir apprécié les sites statiques comme solution de rechange au simple fait de "fureter". Les espaces verts entourant ces sites sont souvent utilisés pour des pique-niques.

"Grand-Pré... n'est pas très loin.... avec sa vieille église, ses espaces verts magnifiques et ses digues tout près. J'y vais à chaque semaine... pour y faire de la photo. Des groupes de naturalistes y vont aussi."

Certains aiment explorer les sites en solitaires, sans guide ni interprète. Même si la plupart des gens aimeraient qu'il y ait plus d'activités dans les sites historiques, les visites guidées ne sont pas toujours la solution idéale.

"J'aime parfois les visites guidées quand je suis d'humeur à cela. J'aime qu'on me laisse profiter du parc sans me faire imposer un programme."

"On n'a pas vraiment besoin d'une visite guidée... Je suis capable de lire les plaques."

"C'est bien d'avoir le choix: des explications enregistrées à écouter, un étudiant servant de guide ou, tout simplement, une visite libre."

Certains pensent que les guides ne connaissent pas toujours suffisamment leur sujet:

"Ils ne devraient pas employer autant d'étudiants - Ils ne semblent pas en savoir bien long."

"Ça serait une bonne idée que d'employer des étudiants universitaires en histoire."

Tous les participants des groupes de discussion semblaient reconnaître le besoin de sites plus dynamiques, faisant appel à une plus grande participation, tant de la part des adultes que des enfants.

"Les enfants aiment faire fonctionner des mécanismes, s'asseoir sur des meubles, toucher des objets, constater qu'ils sont réels - apprendre que des gens vivaient au XVIIIe siècle."

"Les démonstrations sont intéressantes mais c'est encore plus intéressant de faire quelque chose."

"Les gens veulent participer et non pas seulement observer... vivre réellement des émotions, particulièrement dans un petit village."

Etant donné que les gens considèrent les sites historiques comme des endroits privilégiés où amener des enfants, des suggestions ont été faites pour satisfaire aux besoins de ceux-ci afin, non seulement de susciter leur participation active, mais aussi de leur permettre de comprendre le site, de circuler librement et de satisfaire à leur curiosité.

"On devrait prévoir des plaques spécialement conçues pour les enfants. Les enfants sont trop jeunes pour comprendre...il faudrait décrire la vie des enfants d'autrefois... les enfants pourraient ainsi établir le lien."

"Les enfants pourraient aller observer les animaux tandis que les adultes visitent les bâtiments. Ils ne seraient pas obligés de suivre en silence. Les enfants pourraient se promener seuls, en toute liberté. On n'aurait pas à les tenir par la main."

"Ils aimeraient visiter un musée micmac, avec des gens vêtus comme des

Micmacs. pour voir comment ils vivaient. Tous les enfants de la Nouvelle-Ecosse ont étudié la vie des Micmacs."

Les participants faisaient une distinction entre les sites "**fabriqués**" et les sites plus **authentiques** illustrant la **vie quotidienne**:

"Des sites où tout n'est pas organisé. Autre chose que des sites militaires."

"Plus de reconstitutions de la vie quotidienne et moins de scènes militaires."

"Les choses réelles valent mieux que les décors fabriqués (comme Black Creek). Par exemple, une vieille maison authentique où on a tout laissé comme dans le temps. On s'imagine remonter dans le temps."

"Les objets sont souvent trop bien présentés, trop propres, en trop bon état... On n'a pas l'impression qu'ils sont authentiques... A Niagara-on-the-Lake, il y a même un faux rat."

"Au Canada, les sites sont moins authentiques (que les vieux châteaux d'Irlande)... c'est plus difficile de visualiser et de s'imaginer ce que la vie était à l'époque."

L'idéal serait une véritable "communauté active" ou ce qui s'en rapprocherait le plus:

"C'est plus intéressant si l'endroit est encore vivant... comme une forge mennonite."

"Un village acadien où des gens vivent réellement."

"Comme Fort Langley... où un tonnelier fabrique des tonneaux et un forgeron forge des clous."

"Un musée vivant comme Epcot Center à Orlando."

"Des gens en costumes d'époque dans un site historique actif."

"Des vieux édifices où l'on fabrique son pain."

"Il n'est pas nécessaire que ce soit des étudiants. C'est préférable si ce sont des gens de l'endroit... comme des autochtones... à Sainte-Marie-des-Hurons."

"La cuisine locale du temps ou la cuisine traditionnelle de la région."

Aménagements et commercialisation

L'absence de services à proximité de certains sites semble constituer un facteur dissuasif. Louisbourg en est un bon exemple:

"Il n'y a aucun endroit où on peut s'asseoir devant un bon café."

"De nombreuses personnes âgées visitent le site - il devrait y avoir un salon de thé à l'arrêt d'autobus."

"C'est loin, 250 milles. Les gens doivent faire un effort spécial pour s'y rendre et il n'y a rien aux alentours pour inciter les gens à visiter la région."

En général, on ne tient pas pour essentielle la proximité d'un gîte étant donné que la visite d'un site est l'affaire d'une excursion quotidienne ou constitue "habituellement une simple halte en cours de route. Donc, l'hébergement n'est pas un problème".

Tout comme dans le cas des parcs naturels, on est extrêmement réticent par rapport à une commercialisation excessive:

"Les parcs ne doivent pas être envahis par les commerces. On pourrait offrir certains services, peut-être à l'extérieur des parcs."

"Je suis d'accord pour qu'il y ait des entreprises privées, en autant quelles soient régies par une quelconque société historique."

"Quand on arrive à Banff, on aperçoit d'abord le centre commercial. C'est presque suffisant pour nous faire rebrousser chemin. Le site historique est loin de l'endroit où l'on nous attire."

"A Jasper, il faut se frayer un chemin à travers un tas de trucs commerciaux avant d'arriver au bon endroit."

"Les sites sont trop commerciaux aux Etats-Unis."

Certains participants au groupe de discussion d'Halifax se sont dits intéressés par l'idée de forfaits en groupes pour des enfants et des adolescents:

"Un voyage pour les adolescents - une fin de semaine en autobus. Je suis trop jeune pour voyager seul."

"Mon fils est en sixième année. Il est allé à Louisbourg avec sa classe pendant une fin de semaine. Il a adoré l'expérience. Ils ont couché dans l'église."

LES ATTITUDES EN GENERAL A L'EGARD DES SITES HISTORIQUES

La plupart des gens interrogés semblent appuyer fortement les efforts gouvernementaux visant à protéger les sites historiques. Cet appui transcende leur valeur au strict plan de l'intérêt et du divertissement. Les sites historiques sont perçus comme étant une partie intégrante du patrimoine canadien. Les participants des groupes de discussion veulent que leurs enfants connaissent ce patrimoine. En prenant conscience des difficultés de la vie quotidienne d'autrefois, ils sont mieux à même d'apprécier les joies du confort moderne. Le principal plaisir que procure la visite d'un site historique est peut-être celui de constater le contraste entre les modes de vie d'autrefois et le mode de vie actuel.

ORIENTATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DES SITES HISTORIQUES

Notre principale hypothèse en ce qui concerne les parcs et les sites historiques (qui devra être vérifiée par l'étude quantitative) est l'existence d'une demande constante pour le développement de sites plus importants et plus actifs dans le but de rendre l'histoire plus vivante.

Il existe aussi un concensus pour la simple conservation de sites plus petits de façon à multiplier les possibilités pour le visiteur de faire le lien entre le passé et le présent.

Troisième partie: Généralités

PROMOTION

Promotion des parcs en général

Le bouche à oreille constitue la principale source d'information pour les participants des groupes de discussion, tant en ce qui a trait aux parcs naturels qu'aux parcs historiques. Les endroits populaires de la région sont connus depuis l'enfance.

Les bureaux locaux de tourisme, les guides et brochures gouvernementales, les articles de périodiques et de journaux et les messages publicitaires à la télévision sont aussi des sources de renseignements. On apprécie particulièrement les messages publicitaires à la télévision, dont on se souvient bien.

Toutefois, la plupart s'accordèrent à reconnaître que les renseignements sont insuffisants et que les parcs ne sont pas suffisamment annoncés. Les participants des groupes de discussion étaient tous en faveur d'une publicité destinée à attirer la population locale, les touristes canadiens ou les touristes étrangers, en autant que cela n'entraîne pas une commercialisation et un développement à outrance.

Les gens se donnent la peine de se procurer des dépliants seulement lorsqu'ils planifient un voyage. Par ailleurs, les bureaux locaux de tourisme ayant souvent "plus de 150 brochures à consulter", il est difficile de déterminer ce

qui mérite une visite. Les kiosques d'information touristique semblent "toujours fermés" et les connaissances du personnel sont parfois limitées.

La majorité des participants des groupes de discussion ont déjà visité des parcs et des sites et se disent intéressés à découvrir de nouveaux endroits en autant qu'on les y encourage et qu'on les informe. Ils aimeraient connaître certains détails tels que:

> "Savoir qu'est-ce qu'il y a à cet endroit, en quoi c'est spécial, ce qu'il y a à faire et quels services sont offerts."

> "Les parcs ont besoin d'une meilleure mise en marché. Personne ne m'a dit ce qu'il y a à cet endroit et pourquoi je devrais m'y rendre."

Parmi les suggestions faites pour promouvoir ces attractions, mentionnons:

Les messages publicitaires à la télévision
Un service d'information téléphonique
Un plus grand nombre de cartes et de dépliants
Une meilleure identification sur les cartes
Des vidéocassettes qu'on pourrait emprunter d'une bibliothèque.

L'idée des vidéocassettes est particulièrement populaire.

Les gens croient aussi que les "kiosques d'information touristique sont toujours fermés", et qu'ils devraient être ouverts, non seulement en été, mais aussi au printemps et à l'automne. Si le personnel de ces kiosques était mieux

informé, ils pourraient "deviner ce qu'on recherche et nous donner des idées." Les panneaux de signalisation sur les routes devraient être installés à un plus grande distance avant les parcs ou les sites. Les gens aperçoivent souvent les panneaux au moment où ils passent à la hauteur du site; ils poursuivent leur route parce qu'ils n'ont pas été prévenus assez tôt.

Promotion des parcs naturels

Des campagnes publicitaires comme celle "Super Natural" de la Colombie-Britannique sont séduisantes. Les gens sont intéressés par la vie sauvage et souhaitent obtenir plus de renseignements sur la flore et la faune à l'entrée des parcs. Ils veulent aussi savoir pourquoi le parc est situé à cet endroit, en quoi il est spécial et pourquoi il est nécessaire de le protéger.

Les néophytes qui croient que la nature est "belle mais dangereuse" doivent être rassurés au sujet des ours, par exemple, et au sujet des conditions de température. On devrait aussi les informer de "ce qu'il y a à faire et comment s'y prendre."

Peggy's Cove a été cité en exemple comme un endroit qui est "si bien publicisé" que tous les visiteurs veulent s'y rendre.

La question du droit d'entrée dans les parcs naturels ne pose pas de problème sauf lorsque l'endroit est trop fréquenté. On n'aime pas "payer cinq dollars pour avoir accès à un terrain de camping surpeuplé."

Promotion des parcs et sites historiques

On suggère d'identifier les sites historiques sur les cartes routières au moyen de symboles "plus visibles" et d'utiliser des symboles différents pour distinguer les sites "actifs" ou animés des autres sites.

Etant donné que les sites locaux sont souvent pris pour acquis et que "la publicité s'adresse plutôt aux gens de l'extérieur", on suggère de mieux renseigner la population locale sur ces sites.

On désire une meilleure information sur les sites tant locaux qu'éloignés:

> "Les installations - De quoi s'agit-il exactement? - Quelle est la meilleure époque de l'année pour s'y rendre? - L'endroit offre-t-il quelque chose de vraiment unique?"
>
> "Indiquer pourquoi c'est intéressant et pertinent à l'heure actuelle."

Les gens hésitent à débourser plusieurs dollars pour un site où ils ne feront qu'une courte visite mais ils sont disposés à payer pour un site qui mérite une visite d'une demi-journée ou d'une journée.

IDENTITE DES PARCS NATIONAUX

Même si la plupart des gens sont grandement préoccupés par l'environnement et qu'ils appuient tant l'existence de parcs destinés à la conservation de la nature que la gestion gouvernementale des parcs, ils ne connaissent pas très bien en général le niveau ou le service gouvernemental à qui revient ce mandat.

Certains ont avancé l'idée que c'était Parcs Canada. La plupart connaissaient l'existence d'Environnement Canada mais aucun ne l'associait aux parcs tant naturels qu'historiques.

La plupart ne se souvenaient pas du castor comme symbole, mais certains l'ont reconnu quand ils l'ont vu.

DIFFERENCES REGIONALES

Les différences régionales relevées dans les discussions de groupe doivent être tenues pour de simples suggestions étant donné l'échantillonnage restreint que constitue le petit nombre de participants.

Les deux villes côtières de **Vancouver** et **Halifax**, présentent plusieurs similitudes qui les différencient des autres villes plus continentales. Les participants des groupes de discussion de ces deux villes semblaient apprécier davantage la nature et la vie au grand air. Cela tient peut-être à ce que les paysages côtiers sont plus spectaculaires que ceux de l'intérieur. Ils faisaient preuve d'un esprit plus patriotique, tant au plan régional que national et ils affichaient un certain mépris pour ce qui est américain et commercial. Ils étaient aussi plus intéressés par l'histoire et la culture amérindienne et plus soucieux de sa protection.

Mais ces deux villes présentent aussi certaines différences. Les groupes de **Vancouver** étaient mieux informés et plus préoccupés par les questions environnementales et la conservation des zones naturelles que les membres des groupes de toute autre ville. Ils ont aussi la particularité de "montrer à leurs visiteurs les beautés de la nature plutôt que les sites historiques." (Dans les autres régions, on a plutôt tendance à amener les visiteurs dans des endroits historiques, sauf s'il y a des éléments naturels exceptionnels). Ceci s'explique sans doute par le fait qu'il y a <u>moins</u> de sites historiques en Colombie-Britannique et que ceux-ci ne sont "que des petits postes de traite où il y a bien peu de choses à voir." Les sites historiques importants sont à

l'est du Manitoba. Par conséquent, ils sont moins intéressés par l'histoire, sauf en ce qui concerne celle des Amérindiens.

Les groupes d'**Halifax** sont plus conscients de leurs sites et parcs historiques et naturels. Cela tient peut-être au fait qu'ils habitent une petite province. Ils sont aussi d'avis que "La Nouvelle-Ecosse est le chef de file en ce qui a trait à la promotion de la province, tandis que l'Ontario traîne la patte." Ils n'aiment pas conduire sur de longues distances étant habitués à tout avoir à portée de la main et il y a de nombreux endroits naturels magnifiques en dehors des parcs.

Les participants des autres grandes villes n'affichaient pas de différences importantes. Lorsque les gens de **Saskatoon** parlent d'histoire, ils font référence à l'Ontario et certains d'entre eux ont visité des sites en Ontario. Les gens de **Toronto** sont plus enclins à parcourir de longs trajets pour fuir la ville. Ils disent "connaître si peu les parcs nationaux" qu'ils ne peuvent vraiment pas les distinguer des autres parcs.

DIFFERENCES DE MENTALITE

Etant donné le petit nombre de participants aux groupes de discussion, les éléments psychologiques qui sont décrits ci-dessous ne constituent que de simples hypothèses qui devront être confirmées par la recherche quantitative.

Les familles ayant de jeunes enfants constituent le principal groupe d'intérêt et les attentes de ce groupe à l'égard des parcs naturels et des parcs nationaux ont tendance à se confondre.

Les jeunes familles expriment certaines préférences et certains besoins qui leur sont propres:

Des distances moins longues
Des emplacements de camping regroupés dans un terrain de camping et non dans la nature.
Des services ou des installations essentiels.
Des moyens de distraire les enfants.
Des sites historiques plus animés et permettant une plus grande participation.

En vieillissant, les gens ont tendance à abandonner le camping pour un mode d'hébergement plus confortable tels des chalets ou des abris.

Il existe une catégorie de clientèle au sein de laquelle tous les groupes d'âges sont représentés et qui recherche des services plus sophistiqués: des

hôtels, des endroits de villégiature, des boutiques, en un mot, "une place où on peut brancher un séchoir à cheveux."

Les amants de la nature sauvage sont plutôt de jeunes adultes sans enfant.

Les célibataires, surtout les femmes, constituent une clientèle potentielle pour des voyages de groupe à forfait. Elles ne coucheraient pas seules sous la tente mais elles aimeraient peut-être loger dans un chalet ou un abri.

Il existe plusieurs clientèles dont les intérêts particuliers pourraient les attirer tant dans les parcs naturels que dans les parcs historiques. Parmi celles-ci, metionnons:

les photographes,

les naturalistes,

les ornithologues,

les passionnés d'histoire.

AXES DE COMMUNICATIONS

La recherche quantitative permettra de mesurer avec plus de précision la connaissance du public en ce qui a trait à l'existence des parcs naturels et des sites historiques. Notre hypothèse, à ce stade-ci, est que cette connaissance est faible sauf en ce qui concerne les parcs et les sites importants situés dans les environs immédiats. Ceci démontre la nécessité de faire connaître l'existence des parcs, non seulement pour informer les gens des possibilités concrètes de les visiter, mais aussi pour leur rappeler l'existence d'un patrimoine naturel dont ils se sont dits fiers.

PLAN DE RECHERCHE QUANTITATIVE

Suite à ce travail préliminaire, on a mis au point un plan de recherche quantitative sur les sujets énumérés dans les pages suivantes:

QUESTIONNAIRE SUGGERE

(A) EVALUATION: CONNAISSANCE ET UTILISATION

PARCS NATURELS

PAR CATEGORIE

PARCS HISTORIQUES

(B) EVALUATION PAR GROUPE

TYPE DE GROUPE

DISTANCE

(C) PUBLICITE

ACTIVITES

MOTIVATIONS

(D) MEDIA

(E) ELABORATION DU PRODUIT

OBSTACLES

CONCEPTS

(F) IMAGE NATIONALE

ATTITUDES

(G) POLES

MENTALITES

DEMOGRAPHIE

VACANCES/SERVICES

PASSE-TEMPS

(A) EVALUATION PAR CATEGORIE

Principaux parcs nationaux de la région

(a) connaît son existence

(b) a déjà visité

Nombre de visites en 12 mois

(parc naturel)	(parc historique)
(a) un jour	(a) un jour
(b) 1 à 3 nuitées	(b) 1 à 2 heures
(c) séjour plus long	
- dans quelle région?	

(B) EVALUATION PAR GROUPE

Visites répétées du même parc

Composition du groupe (y compris les visiteurs)

Celui ou celle a qui revient l'initiative de la visite

Temps de planification

Hébergement

Distance

(C) PUBLICITE (parcs nationaux)

Activités

(parc naturel)	(parc historique)
promenade à pied	visite guidée
course à pied	animation
baignade	spectacles
canotage	
randonnée en bateau à moteur	
sports	
observation des oiseaux	
observation de la faune et de la flore	

Taux de satisfaction à l'égard des installations

Motivations

(parc naturel)	(parc historique)
détente	enfants
nature	histoire
éducation	origines
famille	éducation
enfants	divertissement
	événement

Taux de satisfaction à l'égard du parc

(D) MEDIA

En ce qui concerne les parcs

En général

(E) ELABORATION DU PRODUIT

OBSTACLES

(parc naturel)	(parc historique)
Paysage	Ennui
Distance	Manque d'authenticité
Nature sauvage	Manque d'animation
Surpeuplement	Trop organisé
Sécurité	Trop dispendieux
Hébergement	
Restauration	
Compagnie	
Transport	
Trop dispendieux	

CONCEPT

(parc naturel)

Sentiers de la nature

Emplacements de camping plus isolés

Abris

Parc de caravanes

Chalets

Restaurants

Forfait

(F) IMAGE NATIONALE

Dimension

- Paysage

Protection

- Histoire
- Vie sauvage

Santé

Tourisme

Gouvernement

Nombre

Promotion

(G) POLES

Mentalités

Démographie

- Région
- Urbanisation
- Taille de la famille
- Langue
- Age
- Etat civil
- Enfants
- Scolarité
- Province d'origine
- Urbanisation de l'éducation

Vacances

- Nombre de fois
- Destination

Biens et équipements de loisir

- Chalet
- Piscine
- Automobile
- Tente
- Caravane
- Caravane motorisée

Passe-temps

- Photographie
- Naturalisme
- Histoire

ANNEXE

RESUME DES SUJETS DE DISCUSSION

Classification des parcs naturels et des sites historiques

Petit/grand

A proximité/éloigné

Excursion quotidienne/élément de vacances

Aménagement

Eléments marquants

Edifices/paysages

Activités dans les parcs

Parcs naturels

Baignade

Pique-nique

Camping

Conditionnement physique

Canotage

Randonnée en bateau

Pêche

Golf

Promenade à cheval

Tennis

Observation de la vie sauvage

Lecture

Sports d'équipe

- baseball
- football

Réunion sociale

Activités hivernales

- ski de fond
- ski alpin
- raquette
- escalade
- patinage

Parcs historiques

- Promenade à pied
- Visite de l'exposition
- Visite guidée
- Observation de personnages au travail en costumes d'époque
- Utilisation de terminaux d'ordinateur
- Réponse à un questionnaire
- Activités pour les enfants - vol de cerf-volant
- Spectacles - démonstration de tir au canon

Motivations

Parcs naturels

Voir des paysages magnifiques

Se détendre

Respirer l'air pur

Etre en famille

Sortir les enfants

Prétexte à une ballade en automobile

Faire de l'exercice

Retrouver la paix et la tranquillité

Changer de rythme

Etre à proximité de l'eau

Apprendre à connaître la nature

Se renseigner

Se divertir

S'éloigner de tout

Faire partie de la nature

Voir le feuillage

Faire face à un défi

Parcs historiques

Apprécier les différents genres d'exposition - dimensions et rythme

Vivre l'histoire

Etre en famille

Sortir les enfants

Prétexte à une ballade en automobile pour retrouver ses racines

Changement de rythme

Divertissement?

Plaisir?

S'instruire

Assister à un événement

un carrousel

un repas historique

Segmentation des besoins

Nous avons élaboré des hypothèses préliminaires pour déterminer les besoins de chaque segment du marché afin d'identifier les utilisateurs enthousiastes des différentes catégories et les utilisateurs occasionnels ou les non-utilisateurs des parcs. Dans cette section, nous énumérons tous les éléments négatifs tels que:

Parcs naturels

Aversion pour le camping
Absence de confort
Peur des animaux
Aversion pour les insectes
Trop éloigné
Trop dispendieux
Surpeuplé
Trop organisé
Trop sauvage
Pas suffisamment d'installations
Aucun endroit pour se restaurer (à peu de frais)
Peu attirant
Ennuyant
Peu sécuritaire
Pas assez d'activités
Aucun endroit où loger (à peu de frais)

Pas de bons restaurants

Trop d'enfants

Trop vieux/pas assez actif

Ignore tout de ces endroits

Parcs historiques

Ennuyant

Pas assez d'activités

Pas de "vrai monde"

Rappelle trop l'école

Rappelle trop les temps difficiles

Trop "culturel"

Trop éloigné

Trop de visiteurs

Trop d'écriteaux

Pas assez d'explications

Pas d'endroits à proximité où se restaurer

Pas d'endroits à proximité où se loger

Trop d'enfants

Ne sait rien de ces endroits

Trop superficiel

Pas assez authentique

Suggestions d'installations et de services

Nous avons étudié les concurrents des parcs. Par exemple:

Parcs naturels

Parcs thématiques comme Canada's Wonderland

Hôtels de villégiature

Camping

Excursions en bateau

Chasse

Pêche

Promenade à cheval

Ski alpin et ski de fond

Visite guidée

Parcs historiques

Musées

Muséum

Expositions

Zoo

Concerts

Théâtre

Bons restaurants

Evénements comme la visite d'une cabane à sucre

Antiquaires

Bibliothèques

Nous avons cherché à déterminer si certaines formules de la concurrence ne pourraient pas être appliquées aux parcs. Par exemple:

Parcs naturels

Installations et services

- Restaurants rustiques
- zone de boutiques
- promenades à cheval
- sentiers de la nature
- terrains de camping
- chalets, hôtels
- tables à pique-nique

Parcs historiques

Evénements

- barbecues
- heure du thé à la mode victorienne
- Action de Grâces
- Fête de Noël
- exposition
- spectacle parallèle
- activités
- sentiers historiques
- expositions didactiques
- animaux
- courses en raquettes
- carrousel
- scéance de déguisement en costume d'époque

Attitudes par rapport au réseau des parcs nationaux

Nous abordons ici la question plus globale des avantages qui profitent à l'ensemble des Canadiens.

Parcs naturels/parcs historiques

Etes-vous fier de posséder l'un des plus importants réseaux de parcs du monde?

Cette fierté se situe-t-elle à l'échelon provincial ou à l'échelon national?

Que pensez-vous des parcs du grand nord?

Préféreriez-vous que l'argent consacré aux parcs serve à des projets plus utiles?

Croyez-vous aux avantages de conserver la bonne forme des Canadiens?/de garder le contact avec le passé?

Croyez-vous aux avantages d'attirer les touristes au Canada?

Etes-vous contre les développements par des promoteurs privés?

Préférez-vous une gestion gouvernementale ou une gestion privée?

Y a-t-il suffisamment de parcs ou pensez-vous qu'il en faudrait d'autres?

L'existence des parcs devrait-elle faire l'objet de plus de publicité

- Existe-t-il un besoin latent d'information?

Quelle est votre attitude à l'égard de la publicité?

Que pensez-vous de la protection des espèces sauvages tant terrestres qu'aquatiques?

Bassins génétiques

Ecosystèmes

Bases pour les expériences scientifiques sur l'environnement comme celles sur les pluies acides

Promotion

Nous avons sondé les questions de publicité pour évaluer les connaissances.

Nous avons soumis une série de listes et de cartes de sites fédéraux et provinciaux (y compris les ponts enjambant le canal Lachine et le canal Rideau et les murs d'enceinte de la ville de Québec) afin de susciter une catégorisation et un classement en fonction des avantages et des désavantages.

Quels sont ceux qu'ils fréquentent en ignorant qu'ils font partie du réseau des parcs. Quels sont ceux qu'ils ne fréquentent pas tout en sachant qu'ils font partie du réseau des parcs.

Nous avons aussi sondé leur capacité à distinguer les parcs provinciaux des parcs fédéraux ainsi que la connaissance qu'ils ont d'Environnement Canada, de Parcs Canada et du symbole du castor. Nous avons pris comme cible la personne qui prend la décision de visiter un parc et les média d'information:

Qui, au sein de la famille, prend la décision de visiter un parc
Les principales considérations
Les sources d'information
- les amis
- les publications
- les articles de journaux
- les messages publicitaires à la télévision
- les annonces dans les journaux.